

Informačný list predmetu

Akademický rok 2024/2025

Vysoká škola	Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Fakulta	FMK UCM
Kód predmetu	KMASK/22mdAMES002/22
Názov predmetu	filozofia médií
Rozsah	2sP
Počet kreditov	3
Vyučujúci	PhDr. Sabína Gáliková - Tolnaiová, PhD. (prednášajúci)

Ciel'

Cieľom predmetu je predstaviť filozofiu médií ako disciplínu aj s jej problematikou s ohľadom na interdisciplinárne vzťahy a oboznámiť s vybranými aktuálnymi problémami (súčasných) médií a mediálnej komunikácie z filozofického hľadiska.

V tomto kontexte

- uviesť do filozofie ako disciplíny, predstaviť, resp. oboznámiť s jej povahou a interdisciplinárnymi vzťahmi a prienikmi;
- predstaviť filozofiu (tradičných a nových digitálnych) médií, oboznámiť s jej kľúčovými pojmami a ich interpretáciou;
- oboznámiť s jej základnými/vybranými predmetnými problémami a ich teoretickým riešením (interpretáciami, resp. vysvetlením);
- predstaviť a diskutovať vybrané (aktuálne) problémy médií a (mediálnej) komunikácie v humanistickej perspektíve.

Študent/študentka by mal/mala dokázať na tomto základe interpretovať, prezentovať a diskutovať získané poznatky, a to aj osobitne v interdisciplinárnom kontexte a aplikujúc ich do súčasnosti s ohľadom na aktuálne problémy humánnej/sociokultúrnej praxe;

Podmienky na absolvovanie predmetu

Úspešné absolvovanie predmetu podmieňuje štandardná pravidelná účasť na výučbe, povolená je max. 2 x absencia bez udania dôvodu. Pokiaľ ide o absenciu viac ako 2 x, je potrebné predložiť ospravedlňujúci dokument (lekárske potvrdenie o zdravotných dôvodoch, príp. iný doklad o relevantných dôvodoch neúčasti), ktorý bude posudzovaný (vždy individuálne a s ohľadom na okolnosti). V prípade individuálneho študijného plánu je nutná minimálne 50 % účasť (k tomu Študijný poriadok UCM, §13)). Hodnotenie, resp. kredity budú udelené na základe úspešného zvládnutia písomnej práce semestrálnej práce a písomnej skúšky. Hodnotenie FX sa udeľuje, resp. kredity sa neudelia študentovi/študentke, ak dosiahne menej ako 56 % -nú úspešnosť v počte pridelených bodov z ich maxima.

1,0 výborne – vynikajúce výsledky len s minimálnymi chybami < 92-100 % >

B 1,5 veľmi dobre – nadpriemerné výsledky s menšími chybami < 83-91 % >

C 2,0 dobre – vcelku dobré, priemerné výsledky < 74-82 % >

D 2,5 uspokojivo – dobré výsledky, ale vyskytujú sa významné chyby < 65-73 % >

E 3,0 dostatočne – výsledky vyhovujú minimálnym kritériám < 56-64 % >

FX 4,0 nedostatočne – absolvovanie predmetu si vyžaduje vynaložiť ešte značné úsilie a množstvo práce zo strany študenta < 0-55 % >

Priebežné hodnotenie

písomná semestrálna práca na zadanú tému z problematiky predmetu

Záverečné hodnotenie

Záverečná hodnotiaci stupnica (v percentách):

100 – 92 = A;

91 – 83 = B;

82 – 74 = C;

73 – 65 = D;

64 – 56 = E;

55 a menej = FX.

1,0 výborne – vynikajúce výsledky len s minimálnymi chybami < 92-100 % >

B 1,5 veľmi dobre – nadpriemerné výsledky s menšími chybami < 83-91 % >

C 2,0 dobre – vcelku dobré, priemerné výsledky < 74-82 % >

D 2,5 uspokojivo – dobré výsledky, ale vyskytujú sa významné chyby < 65-73 % >

E 3,0 dostatočne – výsledky vyhovujú minimálnym kritériám < 56-64 % >

FX 4,0 nedostatočne – absolvovanie predmetu si vyžaduje vynaložiť ešte značné úsilie a množstvo práce zo strany študenta < 0-55 % >

Váha hodnotenia predmetu (priebežné/záverečné)

30 % / 70%

30 % - písomná semestrálna práca

70 % - písomná skúška

Výsledky vzdelávania

Študent/ka po absolvovaní predmetu nadobudne tieto vedomosti, zručnosti a kompetencie:

- rozumie podstate filozofie médií, jej pozícii v kontexte filozofie a ďalších humanitných a sociálnych a vied; orientuje sa v jej kategoriálnom aparáte;
- pozná a vie vysvetliť jej povahu a vývoj ako "genitívnej" filozofie; osobitne chápe jej špecifiká ako postmoderného fenoménu;
- orientuje sa v jej základných formách v novodobej histórii, tiež v perspektívach vybraných prístupov;
- orientuje sa v jej problematike v perspektívach filozofických subdisciplín (ontologická, epistemologická, filozoficko-antropologická, tiež sociálno-filozofická, etická);
- chápe súvis komunikácie, médií a informácií, vie ich vysvetliť ako zdroje filozofických problémov;
- pozná komunikačné paradigmy a vie ich vysvetliť v kontexte otázky autentickej komunikácie;
- chápe podstatu média, vie vysvetliť pojem medialita;
- rozumie komunikáciu a médiá ako socio-kultúrne fenomény, osobitne digitálne médiá ako antropotechnický konštrukt, vie vysvetliť ich vplyv na spoločnosť a kultúru a s ním späté fenomény;
- chápe otázku reality a pravdy v kontexte médií, vie vysvetliť vzťah médií, reality a poznávania;
- rozumie pojmom kyberpriestor, virtuálna realita, hyperrealita, vie vysvetliť fenomén virtualizácie a simulácie;
- chápe problematiku subjektu, jeho bytia, identity a telesnosti v kontexte digitálnych médií, vie vysvetliť kyberpriestor ako životný svet a existenciálnu dimenziu;
- dokáže identifikovať a analyzovať aktuálne problémy médií/komunikácie z hľadiska filozofie;

Stručná osnova predmetu

1. Filozofia a jej participácia v kontexte komunikačných a mediálnych štúdií. "Genitívna" filozofia komunikácie a médií (Participácia filozofie na štúdium, resp. výskume komunikácie a médií, jej špecifiká. Miesto a povaha filozofie médií v kontexte filozofie a ďalších humanitných a sociálnych vied, jej vznik, história, základné formácie a členenie (teoretické východiská, ich povaha). „Filozofia médií“ ako postmoderný fenomén).
2. Vybrané sociálno-, resp. kultúrno- filozofické problémy komunikácie a médií (Komunikácia a médiá ako sociálny a kultúrny fenomén. Komunikačné paradigmy. Fenomén mediatizácie. Mediosféry. Internet ako (paradigmatické) médium súčasnosti a jeho sociokultúrny efekt. Sieťová spoločnosť, kyberkultúra a kolektívna inteligencia).
3. Vybrané problémy filozofickej mediálnej (kyber)antropológie (Médiá ako antropotechnický konštrukt v humanistickej perspektíve. Humanizujúci efekt digitálnych médií a jeho determinanty. Technodeterminizmus. Internetový kyberpriestor ako „životný svet“. „Modus vivendi“ a identita v kyberpriestore. Telesnosť v kontexte digitálnych médií. Kyborgizmus. Post/transhumanizmus).
4. Vybrané problémy komunikácie a médií v ontologickej perspektíve (Komunikačné paradigmy a autentická komunikácia/bytie. Mediálna realita. Čas, priestor a fenomén virtualizácie; virtuálna realita, hyperrealita. Kyberpriestor ako existenciálna dimenzia. Subjekt a povaha jeho bytia v kyberpriestore. Kyberskúsenosť).
5. Vybrané problémy epistemológie médií (Poznávanie a mediatické apriori. Mediácia a medialita. Konštruktivizmus. Mediálne epistemológie (jazyk a (techno)obraz. Simulácia a hyperrealita. Médiá, informácie a pravda (pravda tradičných médií; pravda v kontexte nových médií a internetu/internetovej komunikácie).
6. Zhrnutie problematiky.

Sylabus predmetu

1. Úvod (obsah, resp. tematické zameranie predmetu, študijná literatúra, požiadavky absolvovania a hodnotenia). Predporozumenie problematike u študentov.
2. Filozofia – komunikácia – médiá. Participácia filozofie na štúdium, resp. výskume komunikácie a médií jej špecifiká (tematizácia, kategoriálny aparát, metódy, resp. metodologický aspekt...).
3. Filozofia komunikácie a médií ako „genitívna filozofia“ (vznik, história; základné formácie a členenie (ich teoretické východiská, povaha). „Filozofia médií“ ako postmoderný fenomén (porozumenie, aktuálne aspekty, legitimita, relevantnosť...).
4. Médiá a komunikácia ako sociálny a kultúrny fenomén. Komunikačné paradigmy v dejinách: klasická a neklasická paradigma. Fenomén mediatizácie. Mediosféry.
5. Internet ako (paradigmatické) médium súčasnosti. Sociokultúrny efekt internetu. Sieťová spoločnosť, kyberkultúra a kolektívna inteligencia.
6. Filozofická mediálna (kyber)antropológia I: Médiá ako antropotechnický konštrukt v humanistickej perspektíve. Problém ich humanizujúceho efektu a jeho determinantov. Technodeterminizmus.
7. Filozofická mediálna (kyber)antropológia II: Internetový kyberpriestor ako „životný svet“. „Modus vivendi“ a identita v kyberpriestore. Telesnosť v kontexte digitálnych médií. Kyborgizmus. Post/transhumanizmus.
8. Ontologický aspekt vo filozofii médií I: Komunikačné paradigmy a problém autentickej komunikácie/bytia. Mediálna realita. Čas, priestor a fenomén virtualizácie; Virtuálna realita, hyperrealita.
9. Ontologický aspekt vo filozofii médií II: Kyberpriestor ako existenciálna dimenzia. Subjekt a povaha jeho bytia v kyberpriestore. Kyberskúsenosť.
10. Epistemologický aspekt vo filozofii médií I: Mediácia a medialita ako problém. Poznávanie a mediatické apriori. Konštruktivizmus. Epistemológie médií (jazyk a (techno)obraz).

11. Epistemologický aspekt vo filozofii médií II: Médiá, informácie a problém pravdy (pravda tradičných médií; pravda v kontexte nových médií a internetu/internetovej komunikácie). Simulácia, hyperrealita a pravda.
12. Aktuálne problémy médií/komunikácie z hľadiska filozofie (identifikácia, analýza). Záverečné zhrnutie problematiky.

Odporúčaná literatúra

Barker, T. (2020). Media philosophy. The Journal of Media Art Study and Theory. Vol. 1, No 1., 8-3.

De Cesaris. (2019). Philosophy and Mediation. A Manifesto. Ethics in Progress, Vol. 10, No. 1., 67-82.

Gálik, S. & Gáliková Tolnaiová, S. (2020). Cyberspace as a New Existential Dimension of Man [Kyberpriestor ako nová existenciálna dimenzia človeka]. In E. Abu-Taieh, A. El Mouatasim, & I. H. Al Hadid, Cyberspace [Kyberpriestor] (pp. 13-25). IntechOpen.

Gáliková Tolnaiová, S. (2019). Media and truth in the perspective of the practice and life form of the modern & Homo medialis; [Médiá a pravda v perspektíve praxe a životnej formy moderného „Homo medialis“]. Communication Today, 10(1) 4-19.

Hassan, R. Sutherland, T. (2017). Philosophy of Media [Filozofia médií]. Routledge.

Plašienková, Z., Sámelová, A. & Vertanová, S. (2021). Spytovanie sa na človeka v online svete. UK v Bratislave.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu

slovenský jazyk, anglický jazyk